

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 mai 2016

RELATIF À LA TRANSPARENCE, À LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET À LA
MODERNISATION DE LA VIE ÉCONOMIQUE - (N° 3623)

Retiré

AMENDEMENT

N ° CF34

présenté par
M. de Courson, M. Jégo et M. Philippe Vigier

ARTICLE 28

Substituer aux alinéas 2 à 5 l'alinéa suivant :

« Art. L. 533-12-1. - Les prestataires de services d'investissement, à l'exception de ceux qui possèdent un agrément de négociation pour compte propre, délivré par un régulateur national de l'un des pays de l'Union européenne, ne peuvent adresser directement ou indirectement, par voie électronique, des communications à caractère promotionnel à des clients non-professionnels, notamment des clients potentiels, relatives à la fourniture de services d'investissement portant sur des contrats financiers qui ne sont pas admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

De nombreux particuliers sont victimes d'escroqueries en ligne via des publicités leur promettant un gain financier rapide, en « se formant au trading » notamment. Les auteurs de ces escroqueries étant le plus souvent basés à l'étranger – et à Chypre en particulier –, les recours judiciaires sont difficiles.

Au regard de l'ampleur du phénomène (selon l'Autorité des Marchés Financiers, plus de 4 milliards d'euros auraient ainsi été perdus par les épargnants français depuis 2010), il apparaît important que les mesures envisagées pour mettre fin aux pratiques abusives et arnaques régulièrement constatées sur internet soient les plus efficaces possible.

Or, en l'état, le dispositif proposé à l'article 28 risque d'être aisément contournable par des brokers peu scrupuleux.

En effet :

- L'interdiction prévue porte seulement sur certaines « catégories de contrats financiers ». Il suffira donc de ne pas mentionner les noms de ces produits dans les publicités pour contourner l'interdiction.

- Ce contrôle est d'autant plus compliqué que les régies passent par des intermédiaires qui diffusent ces publicités dans des médias français, y compris lorsque l'annonceur figure sur la liste noire de l'AMF.

Le présent amendement a pour objet de proposer une mesure qui serait plus efficace en matière de protection des consommateurs non avertis, puisqu'elle porte sur le ciblage des annonceurs, et non la recherche d'un contrôle (impossible) du contenu des publicités.

Il s'agit ainsi d'interdire la publicité sur internet pour les produits financiers de gré à gré à tous les prestataires d'investissement, à l'exception de ceux qui ont fait la preuve de leur sérieux. Cette preuve serait la possession d'un agrément de négociation pour compte propre, qui implique que la société ne soit pas un simple intermédiaire – comme la quasi-totalité des brokers chypriotes- mais soit en mesure de porter le risque des contrats sur lesquels elle s'engage (elle doit notamment détenir un niveau de fonds propres supérieurs à celui exigé des intermédiaires).

Cette interdiction serait ainsi :

- Plus efficace car les bad brokers , qui sont à l'origine de la quasi-totalité des plaintes, seraient expressément touchés.
- Plus facile à respecter – il suffirait de transmettre aux régies publicitaires la liste des sociétés autorisées à communiquer
- Plus respectueuse des sociétés qui ont toujours suivi les règles édictées par l'AMF, qui s'adressent à un public conscient des risques et désireux de les prendre, et qui, si la mesure gouvernementale était appliquée en l'état, verraient leur image atteinte par la communication faite autour de l'interdiction.